

**Hans Krah (Hg.): All-Gemeinwissen.
Kulturelle Kommunikation in populären Medien**

Kiel: Ludwig 2001 (LIMES - Literatur- und medienwissenschaftliche Studien - Kiel, Bd. 2), 272 S., ISBN 3-933598-22-2, € 24,90

Unter dem unverbindlichen Titel „All-Gemeinwissen“ werden zehn mehr oder weniger disparate Beiträge zusammengefasst, die sich einigen Formen kultureller Kommunikation in Bezug auf Film, Literatur und Comicstrip widmen. Aus der Auswahl der Themen kann man dreierlei schließen: die übergeordnete Rolle der Bildmedien in der Massenkommunikation (aufzeigbar am Siegeszug des *Superman*-Mythos und seinen Derivaten), ihre Attraktivität für die Forschung und die Omnipräsenz Hollywoods in der westlichen Medienkultur. Wann immer Bildmedien analysiert oder nur als Beleg herangezogen oder aber Phänomene kultureller Erfahrung erörtert werden, greifen die Beiträger vornehmlich auf anglo-amerikanische Beispiele zurück: Im Kapitel über den Siebziger-Jahre-Film etwa wird beschrieben, wie es zu einer Demythisierung amerikanischer Mythen (Western-Mythos, Mythos des Präsidenten usw.) kommt. Nur vereinzelt werden in den Beiträgen kontinentaleuropäische oder gar außerhalb der westlichen Medienkultur liegende Filme erwähnt. Wie sich dem diesem Band zugrunde

liegenden Kommunikationsmodell zufolge Bilder, Topoi, Metaphern und Motive der Populärkultur unter „All-Gemeinwissen“ subsumieren lassen, wird in wenigen Sätzen des ohnehin kurzen Vorwortes darzulegen versucht. Ein überzeugender integrativer Vorspann hätte nicht geschadet.

Bei der Behandlung der Frage medialer/kultureller Bedeutungskonstitution bleibt die ästhetische Präsentationsstruktur der untersuchten Medienobjekte – von Gautiers phantastischer Erzählung *Avatar* (1856) bis zu Camerons Spielfilm *Titanic* (1997) – zwar nicht gänzlich außen vor, doch sie wird unterschiedlich gewichtet. Alles in allem kann jeder einzelne Beitrag mit Gewinn gelesen werden. Man wird darüber aufgeklärt, was qua Vermittlung von männlicher und weiblicher Identität in Hitchcocks *Vertigo* (1957) und *Rebecca* (1940) kulturell kommuniziert wird. An anderer Stelle wird der Leser über die Funktion des Amnesie-Motivs und die Relevanz der Identitätsproblematik im amerikanischen Kino bestens informiert. Der Band enthält Überblicksdarstellungen (z. B. über die Entwicklung des Superhelden-Comics in den USA) und detailliertere Betrachtungen (z. B. die Interpretation von *Titanic* als Adoleszenzgeschichte). Weniger erfreulich ist die Druckqualität, die durchweg zu wünschen übrig lässt.

Matthias Kuzina (Walsrode)